

Di era globalisasi yang semakin modern seperti sekarang, pesatnya perkembangan dunia bisnis mengharuskan setiap pelaku usaha untuk bersaing dengan sangat ketat. Membanjirnya produk-produk baru mengakibatkan semakin ketatnya persaingan di antara para pelaku bisnis, masyarakat pun semakin selektif dalam memilih produk yang akan digunakannya. Semakin ketatnya persaingan membuat para pengelola bisnis melihat dengan sangat jeli dengan keunggulan produk dalam perusahaannya dan dapat memanfaatkan sebaik-baiknya setiap celah dan peluang pasar yang ada untuk memperoleh hasil yang maksimal, sehingga menempatkan produknya dalam posisi yang utama.

Untuk dapat mempertahankan posisinya, sebuah perusahaan dituntut untuk dapat menemukan inovasi baru sebagai strategi kreatifnya, salah satunya dalam bidang promosi produknya karena dengan melakukan promosi produk merupakan salah satu upaya mempertahankan keunggulan produk dan merebut pangsa pasar yang dituju. Meski tanpa disadari para insan di dunia periklanan pun saling berusaha untuk bersaing kreatifitas secara positif untuk dapat memberikan suatu karya yang terbaik bagi para kliennya. Dengan demikian periklanan di Indonesia akan semakin maju dan berkembang terus dari masa ke masa, serta mampu menghasilkan para kreator-creator di dunia karya seni iklan yang semakin baik dan berkualitas.

Seiring dengan hal itu, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik program DIII Komunikasi Terapan jurusan Periklanan Universitas Sebelas Maret Surakarta, mengadakan Kuliah Kerja Media (KKM). Kuliah Kerja Media ini sendiri merupakan dasar pelaksanaan kerja nyata untuk para mahasiswa yang tengah menempuh tahap akhir dalam masa perkuliahannya. Kuliah Kerja Media ini juga dijadikan sarana latihan dimana mahasiswa diharapkan mampu mengenal dunia kerja nyata dan mempraktekkan apa yang telah didapatkan selama kuliah ke dalam dunia kerja

secara langsung. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media ini juga merupakan peranan penting untuk mahasiswa, di mana mahasiswa dapat belajar dengan masyarakat, dan membangun kerjasama dan kepercayaan dengan orang lain (dalam dunia nyata dengan segala realita aktifitas yang ada), selain itu Kuliah Kerja Media juga merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa.

Penjelasan penulisan laporan Kuliah Kerja Media ini lebih tertuju pada bagian *marketing event*. Karena setelah dua bulan ini penulis telah melaksanakan Kuliah kerja Media di PT. Berlian Communicaton (BeCom) Solo yang beralamat di Jalan Kartopuran 111 Jayengan, Serengan 57152 Solo, di mana penulis ditempatkan pada bagian *marketing event*.

Dan dalam dua bulan tersebut penulis ikut serta dalam penyelenggaraan sebuah *event* yang telah disiapkan dengan serangkaian deskriptif programnya. Di sini penulis melakukan Kuliah Kerja Media pada bagian *marketing*, karena penulis ingin mengetahui tugas, tanggung jawab, dan cara kerja seorang *marketing* serta bagaimana kegiatan *marketing event* dalam suatu *Event Organizer* dan konsep-konsep program sebelum pelaksanaan sebuah *event*.

Untuk mempelajari lebih dekat bagaimana kinerja manajemen divisi iklan yang sesungguhnya, maka penulis sangatlah beruntung telah mendapat kesempatan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) di PT. Berlian Communication (BeCom) Solo, dimana penulis ditempatkan pada divisi iklan sebagai *marketing*. Dengan dilaksanakannya Kuliah Kerja Media, penulis mengetahui bahwa demikian kompleknya strategi dan manajemen pemasaran, karena tidak hanya menyangkut internal perusahaan tetapi juga lingkungan luar perusahaan seperti klien, perusahaan asing, kebijakan pemerintah, dan sebagainya. Dalam Tugas Akhir ini menjelaskan secara sederhana tentang bagaimana kegiatan *marketing event* pada *event organizer*

PT. Berlian Communication (BeCom) Solo.